

ANALISIS *CAMPAIGN PROGRAM GO GREEN* YANG DILAKUKAN PANDAWARA GROUP

Indah Putri Arlanthy¹, Yunda Presti Ardilla², Avri Zavira Fauzi³,
Zelyne Deskita H.S⁴

¹Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara, Surabaya,
Indonesia

²yundaardilla@ubhara.ac.id

ABSTRAK

Lingkungan merupakan sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari manusia secara ilmiah, karena manusia akan terus berinteraksi dengan lingkungannya. Dan terkadang manusia juga bisa memengaruhi lingkungan itu sendiri. Pandawara group menerapkan beberapa kegiatan kebersihan di beberapa kota. Mereka melakukan dengan ketekunan bukan semata-mata perintah dari seseorang. memulai kegiatan dengan cara yang ekstrem dan hampir merenggut nyawa mereka, akan tetapi itu tidak menjadi penghalang mereka untuk tidak melakukan kegiatan tersebut. Yang awalnya mereka hanya anak muda biasa yang suka nongkrong tengah malam tapi kini mereka telah berubah menjadi pahlawan kebersihan yang disegani oleh masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk menjaga kebersihan air agar tetap layak untuk digunakan. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan mengontrol pencemaran air yang disebabkan oleh bahan berbahaya, seperti logam berat, bahan kimia, limbah domestik, dan limbah industri pabrik. Karena pasti ada dampak negatifnya ketika kita membiarkan alam semakin memburuk. hasil penelitian menunjukkan bahwa sebuah hal yang sudah dipisahkan oleh manusia akan selalu berputar kembali jika tidak ada persepsi dari sikap masyarakat.

Kata Kunci: Pandawara Group, *Go green*, Dampak, Lingkungan, Pemerintah.

ABSTRACT

The environment is something that cannot be scientifically separated from humanity, as humans will continue to interact with their environment. And at times, humans can also influence the environment itself. The Pandawara group implements various cleanliness initiatives in several cities. They do so diligently, not solely at the behest of any individual. They initiate their activities in an extreme manner, almost risking their lives. However, this does not deter them from carrying out these activities. Initially, they were just ordinary young people who enjoyed hanging out late at night, but now they have transformed into revered cleanliness heroes within the community. Therefore, it is crucial to preserve the cleanliness of water to ensure its suitability for use. One way to achieve this is by controlling water pollution caused by hazardous substances, such as heavy metals, chemicals, domestic waste, and industrial factory waste. There are undoubtedly negative consequences when we allow nature to deteriorate further.

Keywords: Pandawara Group, Sustainable Action, Environmental Consequences, Governance.

PENDAHULUAN

“*Go green*” adalah slogan yang disertai dengan serangkaian tindakan penyelamatan bumi yang saat ini sudah mengalami kerusakan dan pemanasan global akibat dari ulah manusia. Di era saat ini kampanye *Go green* telah diadaptasi secara meluas oleh berbagai macam organisasi seperti organisasi bisnis, pendidikan hingga komunitas sosial (Jones & Wong, 2016). Kampanye mengenai perlindungan dan pembangunan sumber daya lingkungan ini telah melalui proses yang panjang dan melibatkan komunikasi persuasive dan asertif di berbagai media secara berkelanjutan untuk dapat meyakinkan berbagai macam kalangan di masyarakat (Kronrod, et al, 2012). Adapun beberapa pemahaman yang disampaikan dan tindakan yang disarankan lewat kampanye *Go green* ini adalah dengan tidak membuang sampah sembarangan baik cair padat dari berbagai sumber karekteris dalam ketentuan limbah B3, menggunakan air bersih seperlunya. Menanam minimal satu pohon untuk setiap orang atau rumah, menghemat pemakaian listrik seefisien mungkin, menggunakan transportasi masal seperti busway, bus, angkot sangat dianjurkan.

Pandawa Group adalah sekelompok anak muda berhasil melakukan kampanye *Go green* melalui media social TikTok dengan meraup ratusan ribu hingga jutaan penonton beserta respon positif dari audiensnya. Kegiatan yang dilakukan oleh Pandawa Group sendiri adalah aksi gotong royong membersihkan lingkungan sekitar dan mereka juga melakukan kegiatan *Go green*. Dengan kata lain, pandawara Group memperoleh ekspose tinggi karena aksinya melakukan bersih-bersih sampah di berbagai lokasi sebagai *campaignnya* di media social (Nadira, 2023).

Pandawara Group merupakan lima sekawan sejak masa sekolah menengah atas (SMA) yang terdiri atas Gilang, Ikhsan, Rifqi, Rafly, dan Agung. Nama group "Pandawara" sendiri berasal dari nama pewayangan, yakni Pandawa Lima karena mereka beranggotakan lima orang. Nama Pandawara Group sendiri diambil dari kisah Mahabarata. Dalam kisah klasik itu ada tokoh lima bersaudara yang dikenal dengan panggilan Pandawa Lima. Lima anggota Pandawara Group memiliki pengalaman pribadi tentang banjir. Aksi digital *campaign* ini dicetus oleh pengalaman pribadi di mana rumah mereka sering terdampak banjir yang disebabkan banyaknya sampah di aliran sungai. Berangkat dari pengalaman pribadi tersebut,

mereka berlima tergugah untuk mencoba mengurangi penyebab banjir di lingkungan tempat mereka tinggal. Kelima pemuda yang tinggal di daerah Bandung Selatan itu kemudian terjun langsung ke beberapa sungai untuk mengurangi sampah yang menumpuk.

Sejak memulai aksi bersih-bersih sungai, sebanyak 78 sungai dan aliran air yang ada di Bandung Selatan telah Pandawara Group bersihkan. Hal ini seperti mereka unggah di Instagram sebagai laporan akhir tahun 2022. Satu hal yang jadi tujuan Pandawara Group adalah bahwa mereka ingin tetap konsisten. Aksi Pandawara Group memang baru dimulai pada pertengahan 2022 lalu. Tapi sejauh ini mereka telah mengumpulkan sebanyak 27.066 kilogram sampah. Semua sampah itu terkumpul dari 78 sungai besar dan kecil dan dikumpulkan dalam 4.511 kantong sampah. Dari laporan yang dibuat oleh Pandawara Group, bisa diketahui banyaknya sampah yang dibuang sembarangan oleh masyarakat ke aliran sungai. Memang, aksi bersih-bersih sungai yang dilakukan Pandawara Group diposting di TikTok. Tapi apa yang mereka lakukan bukanlah demi konten melainkan ajakan untuk bisa mengurangi sampah di sungai. Mereka mengaku aksi mereka tidak ingin menjadi tren yang akan pudar seiring waktu.

Dalam penelitian ini kita menggunakan analisis *campaign* untuk mengetahui informasi lebih dalam tentang pandawara group. *Campaign* atau bisa disebut kampanye sendiri memilih pengertian sebagai salah satu cara yang digunakan seseorang untuk menyebarkan informasi yang dapat meningkatkan kepedulian atau perubahan perilaku dari target yang melihatnya. *Campaign* juga dapat berbentuk program yang di share melalui media sosial yang dapat dilihat oleh banyak orang.

Alasan kami memilih penelitian ini dikarenakan pandawara group memilih impact yang besar terhadap masyarakat luas. Masyarakat yang melihat program kegiatan mereka akan mengikuti kegiatan tersebut. Pandawara menggunakan akun media sosial tiktoknya untuk menshare kegiatan-kegiatan mereka, yang menyebabkan kegiatan mereka menjadi tren. Banyak masyarakat yang mengikuti tren ini, dengan semakin banyaknya masyarakat yang mengikuti secara tidak langsung kegiatan tersebut memberikan dampak yang baik pada lingkungan dan juga masyarakat dalam lingkungan tersebut. Dan juga lingkungan tersebut menjadi bersih dan sehat, serta masyarakat sekitar dapat terhindar dari berbagai macam penyakit yang disebabkan oleh kotornya lingkungan.

Tentu saja, pandawara group menjumpai kendala-kendala dalam melakukan program kegiatan tersebut. Di akun media sosial mereka, mereka memberikan informasi tentang dampak dan akibat dari program kegiatan mereka. Namun akibat dari program tersebut tidak menjadi penghalang bagi mereka dalam melakukan program kegiatan tersebut. Mereka hanya memberikan reminder terhadap siapa saja yang mengikuti program kegiatan tersebut dan menyuruh untuk tetap menjaga kesehatan tubuh mereka. Fenomena ini menarik perhatian peneliti untuk mengetahui tujuan dan strategi *campaign* yang dilakukan oleh Pandawa Group.

TINJAUAN PUSTAKA

Campaign

Campaign atau kampanye adalah salah satu yang digunakan untuk menyebarkan informasi, atau dapat meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari target yang melihatnya (Anugrah & Meliana, 2021). Kampanye dapat berbentuk program, baik melalui televisi, Koran, baliho, spanduk ataupun secara langsung, yang dapat dilihat oleh masyarakat luas (Mukarom dan Laksana, 2015: 211). Adapun dimensi yang harus diperhatikan dalam merumuskan pesan sebuah kampanye sebagai berikut:

1. *Courtesy*, meliputi isi pesan harus sesuai atau memperhatikan unsur pihak yang diajak berbicara;
2. *Concreteness*, meliputi pesan yang disampaikan harus menghindari konsep abstrak atau bersifat konkret;
3. *Completeness*, meliputi pesan harus mengandung informasi yang lengkap dan relevan dengan topik yang akan disampaikan sehingga kohesif;
4. *Correctness*, meliputi isi pesan harus berisi kebenaran dan akurat sehingga dapat dipercaya;
5. *Consciousness*, meliputi isi pesan tidak terlalu panjang atau ringkas dan sederhana;
6. *Clarity*, meliputi isi pesan jelas dan mudah dipahami;
7. *Consideration*, meliputi pesan yang disampaikan sebaiknya memperhatikan situasi dan kondisi penerima.

Go green

Go green adalah salah satu aksi yang bisa kita sebagai manusia lakukan untuk merawat bumi yang sudah begitu tua. Semakin hari bumi makin tua, dan tentu saja agar semakin nyaman ditinggali dan setidaknya kembali membaik, dibutuhkan kesadaran dari kita untuk memperbaiki jalannya alam ini (Salsabila, 2022). Beberapa cara untuk mengekspresikan peduli lingkungan alam sekitar, antara lain:

1. Mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.
2. Mendaur ulang dan mengelola limbah dengan benar.
3. Mengurangi penggunaan sumber daya alam, seperti air dan energi.
4. Melindungi dan melestarikan ekosistem dan satwa liar.
5. Mengurangi emisi gas rumah kaca dan polusi udara.
6. Mendukung upaya pelestarian alam dan hutan.
7. Edukasi dan kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan.

Media dan Perubahan Sosial

Media adalah alat saluran komunikasi. Media merupakan alat yang dapat membantu dalam keperluan dan aktivitas, yang dimana sifatnya dapat mempermudah bagi siapa saja yang memanfaatkannya. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal (Amelia, 2019).

Perubahan sosial merupakan suatu perubahan dalam masyarakat mengenai nilai-nilai, norma, struktur sosial, budaya, dan interaksi antar individu. Setiap manusia pasti mengalami perubahan-perubahan selama hidupnya, dan perubahan tersebut merupakan gejala yang normal. Pengaruhnya bisa menjalar dengan cepat ke bagian-bagian dunia lain berkat adanya komunikasi modern (Soerjono Soekanto, 2009:259).

Perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi dalam struktur masyarakat yang dapat mempengaruhi pola interaksi sosial di dalam sesuatu yang dapat bersifat membangun karakter manusia menuju proses yang lebih baik atau malah sebaliknya (Istiani & Islamy, 2020).

Pandawara Group

Nama Pandawara berasal dari kisah pewayangan Mahabarata yaitu kata “Pandawa” yang berarti lima orang. Sedangkan kata “Wara” diambil dari Bahasa sunda yang artinya kabar baik. Jadi arti dari Pandawara adalah lima pemuda yang membawa kabar baik.

Terbentuknya Pandawara Group bermula dari pengalaman mereka yang sering mengalami banjir di lingkungan tempat tinggalnya di Bandung, lalu mereka mulai bergerak memperhatikan lingkungannya. Ternyata penyebab banjir tersebut adalah sampah yang menumpuk di sungai dekat tempat tinggal mereka.

Awalnya mereka hanya membersihkan sampah di pinggiran sungai dekat tempat tinggal. Setelah itu, mereka mulai terjun ke sungai untuk membersihkan sampah yang menyumbat di tengah sungai. Ternyata hal tersebut dampak baik pada lingkungan tempat tinggal mereka dan sampah yang menyebabkan lingkungan mereka banjir itu kiriman dari daerah lain. Itulah yang membuat mereka tergerak untuk mulai menyusun rencana bersih-bersih yang lebih besar lagi dengan mencoba memperluas daerah pembersihan di sungai-sungai (Amalia, 2023).

METODOLOGI

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian metode kualitatif menurut Sugiono (2005) digunakan untuk jenis penelitian yang memahami tentang fenomena sosial dari perspektif partisipan. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah studi kasus. Pemilihan metode ini didasarkan atas keingintahuan peneliti untuk melakukan analisis lebih mendalam tentang kegiatan suatu kelompok. Bertujuan untuk memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas. Studi kasus menghasilkan data yang selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data studi kasus diperoleh dari kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Menurut Sugiyono (2005) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipercaya maka penulis dalam pengumpulan data menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung. Teknik pengumpulan data ini memiliki tujuan untuk mencatat tindakan-tindakan subjek penelitian yang relevan bagi peneliti. Dalam penelitian ini kita menggunakan metode observasi non partisipatif, karena penelitian ini tidak melakukan interaksi secara langsung dengan subjek penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data atau informasi yang hanya mengandalkan dokumen-dokumen atau arsip milik partisipan, yang sudah terbukti kebenarannya.

Dalam penelitian ini kita menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data yaitu observasi non-partisipatif dan dokumentasi, karena dalam melakukan penelitian kita wajib menyajikan data yang relevan.

Data-data tersebut dikumpulkan dengan cara mengamati subjek penelitian melalui sosial media tiktok untuk memahami perilaku, interaksi, dan konteks subjek penelitian. Dan mencari informasi dari dokumen tertulis, catatan, laporan, dan sumber-sumber tulis lainnya untuk memahami perkembangan perubahan dan konteks dari subjek penelitian. Informasi-informasi yang sudah terkumpul tersebut kemudian diriset untuk mengidentifikasi masalah dan menyelidiki topik penelitian dengan pendekatan yang sistematis.

PEMBAHASAN

Analisis data merupakan proses menyusun, mengkategorikan data dan mencari pola ataupun tema. yang dimana mengetahui maknanya. menyusun data berarti memisahkan menjadi sebuah tema. Dari susunan data tersebut kemudian akan diambil beberapa interpretasi yang memberikan makna kepada analisis, Analisis data juga dilakukan untuk mengelompokkan data agar tujuan penelitian itu hipotesis. masalah peneliti yang memerlukan penelitian dan pembuktian. Jadi menganalisis data dalam penelitian kualitatif adalah ketika mengumpulkan data. sehingga data itu dapat direduksi. Dan hasilnya akan diolah sedemikian rupa agar terlihat hasilnya.

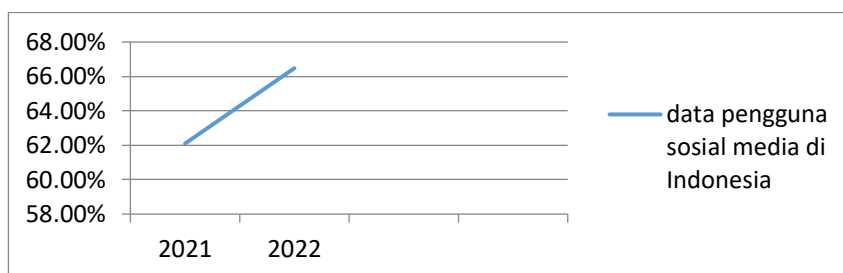
Dalam penelitian kami menggunakan kualitatif berupa focus group discussion yang dimana peneliti menerapkan proses secara rasional, kritis dan efektif. Peneliti juga menerapkan

konsep observasi dalam kajian tersebut. Mengulik beberapa sumber media sosial melalui pengamatan peneliti dan disertai catatan- catatan objek sasaran tersebut.

Pengaruh penggunaan Media Sosial Sebagai Media Campaign Program Go green

Perkembangan teknologi digital kini semakin maju dan saling terkoneksi dalam satu jaringan. Teknologi tersebut dapat digunakan untuk menyalurkan informasi kepada penerima. Teknologi tersebut bisa berupa media sosial. Media sosial memberikan dampak adanya perkembangan interaksi dan budaya komunikasi pada masyarakat. Di jaman sekarang masyarakat lebih memilih untuk berinteraksi melalui media sosial, dimana media sosial memilih fungsi untuk mempermudah dan mempercepat komunikasi tanpa bertatap muka secara langsung. Bahkan, dengan adanya teknologi digital yang semakin maju ini masyarakat lebih mudah untuk mencari informasi-informasi yang jarang orang ketahui.

Di Negara Indonesia media sosial sering digunakan sebagai ruang untuk mencari hiburan dan berkomunikasi. Penggunaan media sosial di Indonesiapun setiap tahun mengalami peningkatan, menurut Badan Pusat Statistik Telekomunikasi Indonesia pengguna sosial media di tahun 2021 sebanyak 62,10%, tahun 2022 sebanyak 66,48%.



Gambar 1: Data pengguna media sosial

Kenaikan 4,38% pengguna sosial media dalam setahun di indonesia mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2022 tercatat 67,88 persen penduduk di Indonesia telah memiliki telepon Seluler. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2021 yang mencapai 65,87 persen (Badan Pusat Statistik, 2017).

Masyarakat Indonesia menggunakan sosial media untuk berinteraksi dan menciptakan sebuah karya melalui konten di produk elektronik. Seperti yang dilakukan oleh

pendawara group dalam kampanyenya di media sosial tiktok. Karena menurut hasil yang diteliti, media sosial memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam penyebaran informasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Natalie Stroud mengemukakan bahwa peran media yaitu, untuk mencuri perhatian dari pengguna yang menggunakan media sosial lewat konten-konten yang telah dibagikan dalam media sosial (Pratiwi et al., 2021).

Oleh karena itu, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media campaign program go green pandawara group karena impact dari media sosial sangatlah bagus dan sangat cepat mendapat perhatian pengguna media sosial. Konten-konten yang dibuat oleh pandawara group diharapkan dapat merubah cara pandang masyarakat dan pengguna sosial media terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, sebagai upaya dalam menghormati dan menjaga bumi.

Salah satu pengaruh dari campaign program go green pandawara group adalah banyak konten kreator tiktok yang mulai mengikuti jejak pandawara group dengan membersihkan sampah-sampah yang ada di sungai. Salah satunya 5 pemuda dari medan yang mempunyai akun tiktok @bumantaream.



Gambar 2: Akun Pandawara Group
Sumber: Tiktok

Mereka memulai aksi *go green* pada awal tahun 2023, dan membuat sosial media tersebut karena terinspirasi dari 5 pemuda dari Bandung yaitu Pandawara Group.

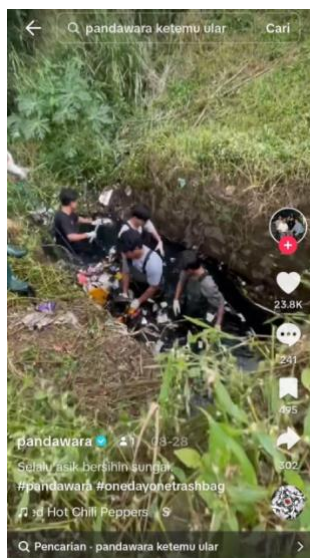
Bentuk Campaign Program *Go green* Pandawara Group di Tiktok

Tiktok adalah aplikasi yang berasal dari Negara China. Sosial media tersebut memiliki nama awal Douyin dan berubah nama menjadi Tiktok yang dirilis pada bulan September 2016. Tiktok merupakan aplikasi di dunia maya yang dapat memikat siapa saja yang menggunakan aplikasinya dengan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya. Fitur-fitur Tiktok terdiri dari pembuatan video dengan durasi 15 detik, 60 detik, dan 10 menit. Memiliki musik dengan berbagai jenis lagu dan suara dengan efek yang menarik. Kolaborasi dengan seseorang yang diidolakan. Live streaming yang dapat berinteraksi dengan penonton secara real-time dan bahkan bisa menghasilkan penghasilan.

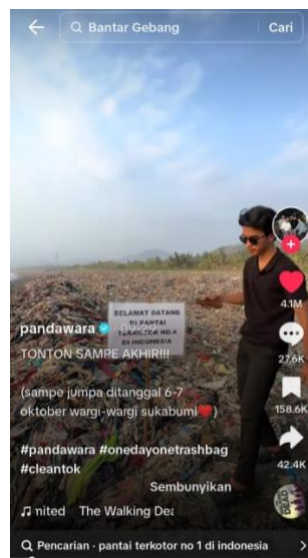
Komponen yang harus diperhatikan pada media sosial tiktok agar menjadi trending adalah foto atau gambar yang mempunyai kualitas bagus, video yang tidak blur, caption yang menggambarkan apa yang ada di dalam foto dan video, dan juga tagar untuk menjangkau orang banyak. Komponen itu sangat berpengaruh terhadap like, komen dan jangkauan orang banyak. Semakin kita menshare atau mengupload foto atau video yang bermanfaat atau positif Semakin banyak juga orang yang like dan komen (Pratiwi et al., 2021).

Pengertian dari kampanye sendiri adalah suatu alat yang biasa digunakan untuk menyebarkan suatu informasi yang dapat meningkatkan rasa kepedulian dan bahkan perubahan pada perilaku orang yang melihatnya. Campaign disini dapat berupa suatu program acara di sosial media yang dapat dilihat oleh masyarakat luas. selain itu, social campaign sangat penting untuk ditingkatkan menggunakan metode edukasi dan kegiatan-kegiatan nyata. Agar kesadaran masyarakat tentang lingkungan menjadi terbuka dan dapat mencontohnya.

Bentuk-bentuk campaign program *go green* pandawara group di Tiktok yang biasa menggunakan tagar #pandawara #onedayonetrashbag #cleantok.



Gambar 3: Kegiatan Campaign
Sumber: Tiktok



Gambar 4: Tumpukan sampah
Sumber: Tiktok

Di dalam kampanye tersebut, terdapat pesan yang sangat penting dan sindiran terhadap masyarakat sekitar. Dalam akun @pandawara tersebut menjelaskan bahwa Indonesia adalah negara yang masih membutuhkan perhatian masyarakat pada kebersihan lingkungannya. Mereka secara khusus mengkampanyekan program go green bahwa kita sebagai masyarakat Indonesia memiliki peran penting dalam melakukan program campaign tersebut.

Kampanye tersebut disampaikan dalam bentuk pesan persuasif atau pesan yang dirancang untuk meyakinkan atau mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu, mengubah pendapat, atau bertindak sesuai keinginan pengirim pesan. Dalam kampanye tersebut pesan yang disampaikan dikemas dengan semenarik mungkin, agar pengguna sosial media tertarik untuk melihat dan mendengarkan edukasi-edukasi yang disampaikan pengirim pesan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, kuesioner, dan dokumentasi tentang pandawara group pada media sosial tiktok dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

Mengetahui informasi lebih dalam tentang pandawara group. Campaign atau bisa disebut kampanye sendiri memilih pengertian sebagai salah satu cara yang digunakan seseorang untuk menyebarkan informasi yang dapat meningkatkan kepedulian atau perubahan perilaku dari target yang melihatnya. Campaign juga dapat berbentuk program yang di share

melalui media sosial yang dapat dilihat oleh banyak orang.

Alasan kami memilih penelitian ini dikarenakan pandawara group memilih impact yang besar terhadap masyarakat luas. Pandawara menggunakan akun media sosial tiktoknya untuk menshare kegiatan-kegiatan mereka, yang menyebabkan kegiatan mereka menjadi tren. Banyak masyarakat yang mengikuti tren ini, dengan semakin banyaknya masyarakat yang mengikuti secara tidak langsung kegiatan tersebut memberikan dampak yang baik pada lingkungan dan juga masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, C., & Meliana, V. (2021). Analisis *Campaign* dan Green Marketing untuk menciptakan Keputusan Pembelian. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 8(2), 1–6. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v8i2.170>
- Amalia, M. (2023). Mengenal Pandawara Group, 5 Anak Muda yang Sukses Ajak 3.700 Volunteer Bersih-bersih Pantai. Diakses 19 Oktober 2023 dari <https://www.jawapos.com/nasional/011765268/mengenal-pandawara-group-5-anak-muda-yang-sukses-ajak-3700-volunteer-bersih-bersih-pantai>
- Amelia, T. (2019). Pengaruh Pendekatan Stem (Science, Technology, Engineering, and Mathematic) Terhadap Keterampilan Berpikir Kritis Dan Sikap Ilmiah Peserta Didik Kelas Xi Pada Mata Pelajaran Biologi Di Man 2 Bandar Lampung. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 110(9), 1689–1699.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Badan Pusat Statistik* (pp. 335–358). <https://doi.org/10.1055/s-2008-1040325>
- Fitria, R. (2022). Pandawara Group, Aksi Sobat Muda Bebersih Sungai anti Jijik! (p. 1). sampaijauh.com. <https://sampaijauh.com/pandawara-group-aksi-sobat-muda-be-bersih-sungai-anti-jijik-26067go-green>. (n.d.). https://das-b3.com/why_choose/view/go-green
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2018). 8. BabIi_2018428Adn. 47– 50. [http://repository.uin-suska.ac.id/13125/8/8.BAB III_2018428ADN.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/13125/8/8.BAB%20III_2018428ADN.pdf)
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar' Iyyah: Jurnal Ilmu Syari' Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Jones, L., & Wong, W. (2016). More than just a green building: Developing green strategies at the Chinese University of Hong Kong Library. *Library Management*, 37, 373-384. <https://doi.org/10.1108/LM-05-2016-0041>.
- Kronrod, A., Grinstein, A., & Wathieu, L. (2012). *Go green!* Should Environmental Messages be So Assertive? *Journal of Marketing*, 76(1), 95–102. <https://doi.org/10.1509/jm.10.0416>
- Nadira, F. (2023). Pandawara Group Kembali Ajak Warga Bersihkan Pantai Terkotor Kedua di Indonesia. *Republika News*. <https://news.republika.co.id/berita/rxj9bf502/pandawara-group-kembali-ajak-warga-bersihkan-pantai-terkotor-kedua-di-indonesia>
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 83. <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2959>
- Rahardjo, M. (2010). Jenis dan Metode Penelitian Kualitatif. In UIN Malang Media Informasidan Kebijakan Kampus(p. 1). Uin

- Salsabila, R. (2022). *Meningkatkan Kesadaran Warga Desa Paji RT 01/RW 01 Terhadap Lingkungan Sekitar Melalui Kegiatan Go-Green*. 2(1), 1–23. Malang. [https://uin-malang.ac.id/r/100601/jenis-dan-metode-penelitian-kualitatif.html#:~:text=Setidaknya ada delapan jenis penelitian, studi sejarah \(historicalresearch\).file:///C:/Users/Windows/Downloads/217-Article Text -693-1-10-20180514.pdf](https://uin-malang.ac.id/r/100601/jenis-dan-metode-penelitian-kualitatif.html#:~:text=Setidaknya%20ada%20delapan%20jenis%20penelitian,%20studi%20sejarah%20(historicalresearch).file:///C:/Users/Windows/Downloads/217-Article%20Text%20-693-1-10-20180514.pdf)
- Mukarom, Z. & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rahmasari, B. (2019). Kebersihan dan Kesehatan Lingkungan dalam Perspektif Hadis. UIN Syarif Hidayatullah Institutional Repository, 13– 63. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36759/1/BEKTI RAHMASARI-FU.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36759/1/BEKTI%20RAHMASARI-FU.pdf)
- Setiawati, T., & Febriansyah, R. (2020). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Program *Go green* Pada Kota Medan. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 6(1), 92– 102. <https://doi.org/10.22303/proporsi.6.1.2020.92-102>
- Wana, Swara. n.d. “Meningkatkan Kesadaran Diri Terhadap Lingkungan.”
- Yohanes, E. (2023). 7 Fakta Pandawara Group, Resmi Jadi TikTok Local Heroes Year on TikTok 2022 - MataMata. [https://amp.matamata.co/viral/2023/01/09/095148/7-fakta-pandawara-group-resmi-jadi-tiktok-local-heroes-year-on-tiktok- 2022](https://amp.matamata.co/viral/2023/01/09/095148/7-fakta-pandawara-group-resmi-jadi-tiktok-local-heroes-year-on-tiktok-2022)